# 互联网时代广播电视主持人如何转型

摘　要：在互联网出现以前，广播电视堪称最有效的传播媒介。随着互联网的迅猛发展，数字化时代改变了我们的生活，网络媒体大有替代广播电视的趋势。面对互联网对广播电视的强烈冲击，广播电视等传统传媒要主动与互联网、数字化对接，根据互联网的特征作出积极调整。作为广播电视传播关键环节的主持人，同样受到了互联网时代的巨大影响。

关键词：自媒体；意见领袖；互联网语言；主持品牌；全媒体
中图分类号：G222.2　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）12-071-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.12.029

文 / 韩强



## 1. 网络传媒的特征及其对广播电视的影响

由互联网构筑的传播平台与传统的广播电视传播平台相比较有着很大区别，在互联网平台上，信息传播打破了几乎所有界限，实现了全时化和全球化。尤其是互联网的双向交互性、去中心化和全球化等特质使网络空间的信息传播具有高度的自由性、个性化、分众化，对传统的广播电视媒介产生了不可估量的影响。

### 1.1 改变了传统广播电视节目的传播形态

传统的广播电视媒介是“我播什么，你看什么”，是一种单项传播方式，受众几乎没有选择权限或者选择权限极其有限。受众很难有机会与广播电视等传统传媒实现交流，即使偶有机会能够对话，其产生的影响也微乎其微。

互联网传媒最大的特征是把对内容的选择权几乎完全交给了受众，受众想看什么就能找什么，受众需要什么互联网就提供什么。尤其是在强大搜索引擎的帮助下，这种特征越来越成为互联网传播的显著特点。同时，互联网传媒强调互动性，受众能够通过邮件、留言、跟帖、微信、微博、投票等各种渠道表达自己对互联网内容的意见并迅速形成传播力，从而影响信息的传播。

### 1.2 强调自由性、个性化、分众化

传统的广播电视媒介是一种从上而下的线性传播，而互联网媒介则是一种多点对多点的自由化、个性化、分众化传播模式。在互联网上，海量的内容让每一位受众的个性化需求几乎都能够在互联网媒介中得到满足，有一句话概括得很形象“有问题找度娘！”。受众已经习惯于通过网络获取自己个性化的需要。

这种自由化、个性化、分众化的传播模式，对传统广播电视造成极大的冲击，其直接影响就是对受众分流，使得人们在广播电视上停留的时间越来越少，甚至很多的人形成手机互联网依赖，家里的广播电视几近成摆设。

### 1.3 自媒体的发展让每一位受众都可能成为“意见领袖”

互联网环境下最显而易见的传播特点是“人人都可以成为传播者”，人们有了空前自由的传播权力。“自媒体”自然成为近年来风靡的概念。顾名思义，“自媒体”就是“个人媒体”，是指私人化、平民化、个人化、自主化、普遍化的传播者，以互联网数字化的手段向不特定的群体、个人或者特定的群体、个人传递规范性及非规范性信息的新媒体的总称。比如微信（微信朋友圈、微信公众号）、微博、播客、博客、贴吧、论坛等网络社区都属于“自媒体”范畴，任何一个人能够在任何时候、任何地点对任何人进行信息的大众传播，尤其是微信、微博和播客对“自媒体”的发展起到了最直接的推波助澜作用。这些新媒体平台为每一个人提供了自由发声的空间，让每一个人都能够从信息的受众转变为信息的发布和传播者，让每一个人都有机会成为广大受众关注的人物——意见领袖。这些“意见领袖”包括微博大V、主播、网红、明星、人气草根等，他们有的有相对稳定和知名的发布平台，有的只是偶尔的一条信息让他们成为了某一个时间的“意见领袖”，都能不同程度地影响事件乃至社会的发展。

### 1.4 形成“互联网语言”并对广播电视产生影响

互联网相对于传统的广播电视媒介而言，有巨大的优越性和“草根性”，但由于缺少“把关人”的有效监管等原因而具有明显的局限性、随意性和不规范性。这也就导致了新媒体语境下语言的规范性问题，形成了具有典型的互联网特征的“互联网语言”，这些新兴网络语言的词汇、语义正日新月异地增添并不断地在日常生活中通用化，乃至于传统的广播电视已经几乎无法回避。

### 1.5 信息传播的碎片化、快餐化对广播电视媒介的影响

互联网是面向大众、有着广泛覆盖面的高效、快捷的传播方式。由于市场竞争的激烈和人们对快捷信息的需求，以及互联网在信息的传播上低成本、高效率，直接导致互联网内容不断碎片化、快餐化。而广播电视媒介在信息传播上缺乏这种碎片化、快餐化的能力，不可避免地影响了信息的有效传播。另一方面，信息的大量碎片化、快餐化也导致信息传播的不完整，从而产生难

以估量的不良后果。

## 2. 网络媒介对广播电视主持人的影响

在互联网高度发达的时代，每一名广播电视主持人同时也是一名网民，或多或少地受到互联网的影响，而且互联网对广播电视媒介的影响更是直接作用于每一名广播电视主持人。

### 2.1 网络媒介对广播电视行业的影响波及广播电视主持人

广播电视主持人作为广播电视媒介的一个工种，直接受到广播电视行业的影响。广播电视行业的动态、改变和兴衰也直接影响到广播电视主持人。受网络的冲击，有不少业内主持人开始选择离开广播电视媒体转而在网络媒体中寻求新的发展，这对其他仍在广播电视行业从事播音主持工作的人员形成影响。寻求受众关注和关心个人的发展使广播电视主持人队伍面临电脑与手机的双重挑战。

### 2.2 自媒体和“意见领袖”对广播电视主持行业形成冲击

大量“自媒体”的出现，以及网络微博（博客）博主、公众号发布主体、网络主播等“意见领袖”也对广播电视主持形成了巨大的冲击。事实上，在这个数字化时代，每一个网民都可以成为某种意义的主持人，而且人们对这些人的关注度甚至超过了广播电视主持人。山西省著名主持人李桂琴曾谈到，她到山西台播新闻已经二十年竟然还有人以为她在太原电视台工作。这也从一个侧面反映了人们对广播电视的关注度下降，而与此同时，人们看到的是一些草根的一夜爆红。

### 2.3 互联网语言对广播电视主持人的渗透

通过互联网社交，网民们创造出大量用于网络交流、受到大众认可的个性鲜明的互联网语言。这些互联网语言同样也在不知不觉地影响着广播电视主持人队伍的语言规范程度。很多广播电视主持人在主持活动中自觉或不自觉地开始运用这些互联网语言。然而，不可否认的是，绝大多数互联网语言与正常的规范化汉语是背道而驰的。这种影响对广播电视主持人传播和净化规范语言的天然责任显然是相矛盾的。

## 3. 互联网时代广播电视主持人的应对

虽然广播电视媒介受到了互联网的巨大影响，但依然在积极适应数字化时代，面对互联网媒介的冲击，传统的广播电视媒介也在主动求变。作为广播电视媒介的重要组成部分，广播电视主持人应该积极应对，充分利用网络传播有益的部分，为做好宣传工作担起广播电视人应有的职责。

### 3.1 提高政治素养，主动担当净化信息传播的责任

互联网是一个极其自由、个性并充斥着海量信息的媒介，其传播速度和传播影响超越了以往任何的传统媒介。人们的一言一行、一举一动实际上都受到了不同程度的传播。广播电视主持人作为公众人物或者说某个地域、某个领域的公众人物，受到的关注度比一般普通群众要高得多，同时是社会舆论的重要引导者。正常的主持活动对受众的影响自不必说，其生活中的行为事实上也在影响和作用于全社会。因此，无论是工作中还是在日常生活中，广播电视主持人作为公众舆论的影响者和引导者，应该提高自身的政治素养，时刻注意并注重自身的公众形象，主动承担相应的社会责任，并担当净化和引导信息正面传播的责任。

### 3.2 保持并提高自身的公信力和权威性

传统的广播电视媒介是党和政府的喉舌，具有天然的公信力和权威性。作为广播电视媒介的主持人，在很大程度上也“继承”了这种公信力和权威性。

因此，作为传统的公信力代表，广播电视主持人应该对信息质量有更高的追求，谨慎言行，不以偏概全，不传播未经证实的消息。尤其要做到不信谣、不传谣，提高自己在了解社会、把握社会实质等方面的素养，严格做好“把关人”的角色，向受众提供真实、可靠、有效、丰富的信息，要客观、公正、准确地对事件进行报道，要有理有据有节，与互联网媒介的无序传播形成对照，从而实现自身的公信力和权威性的保持和提高。

### 3.3 主动提高自身播音主持水平，适应受众需求

广播电视主持人通常都经过相关专业院校的统一培养、训练，有着字正腔圆、吐字清晰的优势，但是同时也不可避免地形成了语言表达上的格式化问题，直接反映在节目中就是“播音腔”“主持腔”的出现，这中强调会让网络时代的受众听起来有距离，从而直接影响了内容的传播效果。

播音主持应遵循原则，扎根生活、深入群众，从丰富多彩的群众生活中汲取营养，丰富自己的语言内容和语言形态，用群众喜闻乐见的方式去表达，用群众感觉亲切的语言去表达，让我们的语言为受众所爱听，所喜欢听，从而乐于接受我们传达的内容，提高宣传效果。

### 3.4 规范主持用语，慎重使用互联网语言

互联网语言已然不可避免地渗透进了我们的日常生活，这也是社会语言发展的必然现象，是不可遏制的发展趋势。作为广播电视主持人，本身就天然地承载传播规范语言的责任。因此，在工作和生活中，我们应该主动使用规范用语，慎重使用互联网语言。例如：诗词大会、汉字听写大会等节目的热播告诉我们：向受众展示中国语言文字之美，受众还是非常乐于接受的。我们需要做的是：练好语言基本功，而不是利用网络语言哗众取宠。

### 3.5 增强创新意识，打造主持品牌，形成全媒体人才

无论传播形式如何改变，传播的信息始终是文字、图片、音频、视频，这些信息只是在经过不同的手段进行编辑后表现出不同的外在形式。作为广播电视主持人，更多的是通过“说”来实现信息传播，这就要求主持人在语言组织上重视内容的质量和新鲜感，坚持“内容为王”原则，让自己说的话有营养，而不能“张口千言，离题

（下转108页）